

การใช้สื่อของผู้ปฏิบัติงานเพื่อการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด สถาบันอุดมศึกษาของรัฐ

Media Utilization for Public Relations by Practitioners in Libraries at Public Educational Institutions

พรทิพย์ แยมคำ*

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการใช้สื่อของผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้สื่อของผู้ปฏิบัติงานเพื่อการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ ปัญหาและอุปสรรคในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ของผู้ปฏิบัติงานห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ กลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ในห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ 24 แห่งทั่วประเทศ แห่งละ 3 คน รวมจำนวน 72 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า การใช้สื่อของผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดรวมทุกประเภทอยู่ในระดับปานกลาง สื่อที่มีการใช้มากที่สุดคือ สื่อสิ่งพิมพ์ รองลงมา คือ สื่อบุคคล สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อกิจกรรม สื่อโสตทัศนวัสดุ และสื่อมวลชน เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อรวมทุกประเภท สื่อที่มีการใช้มากที่สุดได้แก่ อินเทอร์เน็ต สื่อที่มีการใช้น้อยที่สุดได้แก่ โทรทัศน์ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้สื่อของผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์รวมทุกด้าน อยู่ในระดับมาก ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้มากที่สุดได้แก่ ด้านกลุ่มเป้าหมาย รองลงมา คือ ด้านวัตถุประสงค์ ด้านลักษณะของสื่อ ด้านเนื้อหาข่าวสาร ด้านระยะเวลา และด้านงบประมาณ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อรวมทุกด้าน ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้มากที่สุด ได้แก่ เพื่อให้ความรู้และตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้น้อยที่สุด ได้แก่ งบประมาณที่ใช้ในการจัดหาหรือพัฒนาบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ ปัญหาและอุปสรรคในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดรวมทุกด้าน อยู่ในระดับปานกลาง มีปัญหาและอุปสรรคมากที่สุด ได้แก่ ด้านบุคลากร รองลงมา คือ ด้านงบประมาณ ด้านการจัดการ และด้านวัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือ เมื่อพิจารณาปัญหาและอุปสรรคเป็นรายข้อรวมทุกด้าน พบว่า มีปัญหาและอุปสรรคมากที่สุด ได้แก่ ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมีภาระงานอื่นทำให้ไม่มีเวลาปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ได้อย่างเต็มที่ มีปัญหาและอุปสรรคน้อยที่สุด ได้แก่ สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ไม่เหมาะสม

คำสำคัญ : การใช้สื่อประชาสัมพันธ์. สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด. การประชาสัมพันธ์

Abstract

In this thesis, the researcher investigates (1) the use of media for library public relations by practitioners in public educational institutions; (2) the factors affecting the selection of what

* นักศึกษาปริญญาโท ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาบรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

media to use by the practitioners under study; and (3) the problems in and obstacles to performing public relations work by the practitioners under study.

The sample population consisted of 72 library public relations practitioners in 24 public educational institutions, three persons from each institution. The instrument of research was a questionnaire. Techniques of descriptive statistics used by the researcher in the analysis of the data obtained were frequency, percentage, mean and standard deviation.

Findings are as follows:

1. The use of all types of media by practitioners of library public relations was at a moderate level. The media used at the highest level were printed materials. Next, in descending order, were individuals, electronics media, events media, audio-visual media, and mass media. When considered in each aspect, it was found that the media used at the highest level was the Internet. The least used media was television.

2. Factors affecting the selection of media by the practitioners under study were at a high level. The factor affecting the selection at the highest level was the target group. Next, in descending order, were the objective, the characteristics of the media, the content, the time period, and the budget. When considered in each aspect, it was found that the factor most strongly affecting the selection was the provision of the knowledge directly needed by the users. The factor which least affected the selection was the budget used in the recruitment or development of personnel in the public relations area.

3. The problems in and obstacles to library public relations performance in an overall picture were at a moderate level. The highest level of problems and obstacles was encountered in the aspect of personnel. Next, in descending order, were the budget, management, and materials and tools. When considering the problems and obstacles in each item, it was found that the highest level of problems and obstacles was in the fact that library public relations practitioners had other responsibilities so they did not have sufficient time at their disposal to conduct public relations work as fully as they would were it not for insufficient time. The lowest level of problems and obstacles was encountered in regard to media that is inappropriate for public relations.

Keywords : media utilization, public relation, Library public relations

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การประชาสัมพันธ์ เป็นกิจกรรมส่งเสริมการใช้ห้องสมุดอีกรูปแบบหนึ่งที่มีความสำคัญต่อห้องสมุดมหาวิทยาลัยเป็นอย่างมาก เนื่องจากการติดต่อสื่อสารเพื่อถ่ายทอดเรื่องราว ข่าวสาร ทั้งที่เป็นข้อเท็จจริงและข้อคิดเห็น โดยมีการวางแผน กำหนดวัตถุประสงค์ และดำเนินการบอกกล่าวให้ทราบ เพื่อชี้แจงให้เข้าใจถูกต้อง เป็นการส่งเสริมและรักษาความสัมพันธ์ที่ดี ตลอดจนการสร้างชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดี นำไปสู่การสนับสนุนและการได้รับความร่วมมือ หัวใจสำคัญของการประชาสัมพันธ์อยู่ที่การสร้างศรัทธา การยอมรับและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดขึ้นกับหน่วยงาน (ไพโรจน์ กุลละวณิชย์, 2551, หน้า 2)

การวางแผนการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด เป็นสิ่งจำเป็นและก่อให้เกิดประโยชน์หลายประการ ทั้งยังเป็น การลดความเสี่ยง หลีกเลี่ยงความผิดพลาดที่อาจจะเกิดขึ้น และทำให้ง่ายต่อการควบคุม ดังนั้นถ้าหาก ห้องสมุดต้องการประชาสัมพันธ์ ควรมีการวางแผนก่อน เพราะจะทำให้รู้ได้ว่าสิ่งใดทำไปแล้ว สิ่งใดที่ยังจะต้องทำ และจะต้องปรับเปลี่ยนในระดับใดบ้าง โดยตรวจสอบจากบันทึกที่ทำไว้ซึ่งจะทำให้ทราบว่าจะใช้เวลาและทรัพยากรไป ในเรื่องใดบ้างแล้ว ก็จะสามารถประเมินค่าความพยายามและตัดสินใจได้ว่าควรจะดำเนินต่อไปทิศทางใดในอนาคต งานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดนั้น ย่อมต้องอาศัยสื่อ เป็นเครื่องมือช่วยให้การประชาสัมพันธ์ห้องสมุดบรรลุผล เพื่อให้ผู้ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ผู้ทำหน้าที่สื่อข้อความ หรือเนื้อหาไปยังผู้รับ เกิดความเข้าใจอย่างชัดเจน ถูกต้อง ตรงกันและอย่างรวดเร็ว ซึ่งจำเป็นที่จะต้องเข้าใจกับสื่อเหล่านั้นให้ดีกว่าก่อน ต้องเรียนรู้ถึงหน้าที่และธรรมชาติของสื่อ แต่ละชนิดและต้องรู้จักพิจารณาในการวางแผนการใช้สื่อต่างๆ เหล่านั้นให้เหมาะสมกับห้องสมุดของแต่ละแห่งอีกด้วย ทั้งนี้เพราะสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมีมากมาย ซึ่งมีทั้งสื่อที่ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ตลอดไปจนถึงสื่อที่ต้องใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาช่วยและมีการลงทุนสูง (บานชื่น ทองพันชั่ง, 2534, หน้า 23)

สื่อที่ห้องสมุดใช้ในการประชาสัมพันธ์ แบ่งได้เป็น 6 ประเภท คือ สื่อบุคคล ได้แก่บรรณารักษ์ เจ้าหน้าที่ ห้องสมุดและผู้ปฏิบัติงานห้องสมุด สื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ คู่มือการใช้ห้องสมุด แผ่นพับแนะนำบริการ ข่าวสาร และ ป้ายบริการต่างๆ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ เครือข่ายอินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ การสนทนาออนไลน์ สื่อมวลชน ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ นิตยสาร วารสาร สื่อโสตทัศนวัสดุ ได้แก่ ซีดีวีดี ดีวีดี เทปบันทึกเสียง วีดิทัศน์ และสื่อกิจกรรมห้องสมุด ได้แก่ กิจกรรมต่างๆ นิทรรศการ สื่อเหล่านี้ห้องสมุดใช้เป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการใช้ห้องสมุด เผยแพร่ข่าวสารของห้องสมุดและการใช้สื่อต่างๆ เหล่านี้จะเลือกใช้ตามลักษณะ รูปแบบการประชาสัมพันธ์แต่ละประเภท สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด ได้มีการพัฒนารูปแบบและวิธีการเพื่อ ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ มีการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย

สื่อที่เหมาะสมต่องานประชาสัมพันธ์ ย่อมส่งผลในทางปฏิบัติ สิ่งสำคัญในการประชาสัมพันธ์คือ ทำให้องค์กรเป็นที่รู้จักแก่ประชาชนทั่วไป ดังนั้นการใช้สื่อเพื่อดึงดูดความสนใจ หรือเป็นช่องทางที่นำเสนอข้อมูลข่าวสาร เพื่อสร้างความตื่นตัว และความเชื่อถือ ให้ประชาชนเกิดภาพลักษณ์ที่ดี การให้ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการจัดกิจกรรมพิเศษ การเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชนต่างๆ นับได้ว่าเป็นการสร้างโอกาสทางด้านการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนยอมรับ เชื่อถือในตัวองค์กรสถาบัน นักประชาสัมพันธ์จึงควรหาวิธีการในการใช้สื่อเพื่อส่งเสริมและเผยแพร่งานขององค์กรหรือสถาบันของตนเพื่อให้เกิดผลในทางปฏิบัติได้มากที่สุด (ชาธิณี สุวรรณภานิต, 2542, หน้า 46)

การใช้สื่อเพื่อประชาสัมพันธ์ จะต้องใช้เพื่อความเหมาะสมกับงาน สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ จึงจะทำให้ประสบความสำเร็จในงานประชาสัมพันธ์ได้ สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์มีหน้าที่ถ่ายทอดข่าวสารที่น่าสนใจ ให้ความรู้ เสริมสร้างความคิดใหม่ๆ และกิจกรรมต่างๆ จะเห็นได้ว่าสื่อเป็นตัวกลางที่จะทำให้ข่าวสารที่ต้องการแจ้งให้กลุ่มเป้าหมายทราบ ขึ้นอยู่กับว่าต้องการเผยแพร่กระจายออกไปได้ไกล กว้างขวางมากน้อยแค่ไหน เพียงใด และตรงตามความต้องการหรือไม่ ซึ่งกลุ่มเป้าหมายของการประชาสัมพันธ์มีหลายกลุ่ม แต่ควรจะมีการแยกกลุ่มเป้าหมายหลัก เป็นตัวมาตรฐานเอาไว้ และเนื่องจากการประชาสัมพันธ์มีกลุ่มเป้าหมายหลายกลุ่ม ทำให้การใช้สื่อหรือเครื่องมือทางการประชาสัมพันธ์แบบเดิมเริ่มไม่ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย สื่อประชาสัมพันธ์มีความสำคัญเป็นอย่างมากในการเชื่อมโยงให้ผู้ให้บริการได้ทราบว่าห้องสมุดมีบริการอะไร และจะมีบริการอะไรใหม่ ๆ ในอนาคต ซึ่งจำเป็นต้องใช้สื่อที่หลากหลายในการประชาสัมพันธ์เรื่องที่ห้องสมุดต้องการให้ผู้ให้บริการรู้อย่างกว้างขวาง จากการศึกษาเอกสารและสำรวจเบื้องต้นจากผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัย / สถาบันฯ พบว่าห้องสมุดส่วนใหญ่ไม่มีหน่วยงานและบุคลากรผู้รับผิดชอบโดยตรง งานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแฝงอยู่กับส่วนงานอื่นๆ หรือ เป็นการจัดตั้งคณะทำงานเป็นครั้งคราว ประกอบกับบุคลากรที่รับผิดชอบส่วนใหญ่เป็นบรรณารักษ์ ไม่มีความรู้ ความชำนาญในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์โดยตรง เลือกใช้สื่อที่มีความคุ้นเคย จัดหาและจัดทำได้ง่าย ข้อมูล

ข่าวสารจึงไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างครอบคลุม ทำให้การประชาสัมพันธ์ของห้องสมุดไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร

จากความสำคัญและปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาการใช้สื่อของผู้ปฏิบัติงานเพื่อการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้สื่อประชาสัมพันธ์ ปัญหาและอุปสรรคในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุด เพื่อจะได้ทราบสภาพการใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์ และหาแนวทางพัฒนาการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดที่เหมาะสมกับห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาของรัฐแต่ละแห่ง เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ใช้บริการได้อย่างครอบคลุมและเหมาะสม เป็นการส่งเสริมการใช้บริการและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีกับห้องสมุดให้ประสบความสำเร็จในการประชาสัมพันธ์มากขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการใช้สื่อของผู้ปฏิบัติงานเพื่อการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้สื่อของผู้ปฏิบัติงานเพื่อการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ
3. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ของผู้ปฏิบัติงานห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ

ขอบเขตการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ หัวหน้างานประชาสัมพันธ์ ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ และบรรณารักษ์งานบริการห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ 24 แห่งทั่วประเทศ แบ่งละ 3 คน รวมจำนวน 72 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย คือ แบบสอบถามผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างแบบสอบถามดังนี้

- ตอนที่ 1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ
 - ตอนที่ 2 การใช้สื่อของผู้ปฏิบัติงานเพื่อการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ ลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scales) 5 ระดับ
 - ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้สื่อของผู้ปฏิบัติงานเพื่อการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ ลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scales) 5 ระดับ
 - ตอนที่ 4 ปัญหาและอุปสรรคในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ของผู้ปฏิบัติงานห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ ลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scales) 5 ระดับ
- ข้อเสนอแนะ ลักษณะแบบเติมข้อความ

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ข้อมูลที่ได้จากคำถามแบบเลือกตอบและเติมคำนำเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม นำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยคำนวณหาค่าความถี่ (Frequency) และคำนวณหาค่าร้อยละ (Percentage)
2. ข้อมูลที่ได้จากคำถามแบบประเมินค่า 5 ระดับนำมาวิเคราะห์ข้อมูล โดยนำมาหาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้

1. ข้อมูลเกี่ยวสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามไปยังกลุ่มประชากรห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาของรัฐทั้งหมด 24 แห่งทั่วประเทศ แห่งละ 3 ชุด จำนวน 72 ชุด และได้รับกลับคืนมาจำนวน 69 ชุด คิดเป็นร้อยละ 95.83 ของแบบสอบถามที่ส่งไปทั้งหมด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นบรรณารักษ์ มีการศึกษาระดับปริญญาโท มากที่สุด ประสบการณ์ด้านการทำงานห้องสมุด ตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไปมากที่สุด ประสบการณ์ด้านการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด 1-5 ปี มากที่สุด ประสบการณ์ด้านงานบริการห้องสมุด 1-5 ปี และตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไปเท่ากัน

2. ระดับการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด

การใช้สื่อประชาสัมพันธ์รวมทุกประเภทอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นประเภทสื่อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ รองลงมา คือ สื่อบุคคล สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อกิจกรรม สื่อโสตทัศนวัสดุ และสื่อมวลชน ตามลำดับ เมื่อพิจารณาการใช้สื่อแต่ละประเภทเป็นรายข้อ ดังนี้

2.1 สื่อบุคคล มีการใช้อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ การให้ข้อมูลข่าวสารกับผู้ใช้บริการด้วยการสนทนา รองลงมาคือ การแนะนำวิธีการใช้ห้องสมุด การให้ข้อมูลข่าวสารกับผู้ใช้บริการทางโทรศัพท์ การพูดในโอกาสพิเศษต่าง ๆ และการให้สัมภาษณ์หรือการแถลงข่าว

2.2 สื่อสิ่งพิมพ์ มีการใช้อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ บ้ายประกาศ / บ้ายนิเทศ รองลงมาคือ แผ่นพับ / แผ่นปลิว คู่มือการใช้ห้องสมุด โบสเตอร์ จดหมายข่าว จุลสาร/วารสาร และรายงานประจำปี

2.3 สื่อโสตทัศนวัสดุ มีการใช้อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ เสียงตามสายในห้องสมุด/มหาวิทยาลัย รองลงมาคือ วิดีทัศน์แนะนำห้องสมุด วีซีดี/ดีวีดี แนะนำห้องสมุดโทรทัศน์วงจรปิดในห้องสมุด/มหาวิทยาลัย และภาพยนตร์ที่ห้องสมุดจัดทำขึ้น

2.4 สื่ออิเล็กทรอนิกส์ มีการใช้อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ อินเทอร์เน็ต รองลงมาคือ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ กระดานข่าว สนทนาทางเครือข่าย การนำเสนอโดยใช้โปรแกรม Microsoft office Power point วารสารอิเล็กทรอนิกส์ และส่งข้อความทางโทรศัพท์มือถือ

2.5 สื่อมวลชน มีการใช้อยู่ในระดับน้อยทุกข้อ เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ วิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์ และโทรทัศน์

2.6 สื่อกิจกรรม มีการใช้อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ จัดแสดงหนังสือใหม่ รองลงมา คือ จัดอบรมต่างๆ เช่น อบรมการสืบค้นสารนิเทศ การอบรมการใช้ฐานข้อมูลนำชมห้องสมุด ปฐมนิเทศการใช้ห้องสมุด จัดนิทรรศการวันสำคัญหรือสัปดาห์ห้องสมุด จัดกิจกรรมส่งเสริมการอ่านร่วมจัดกิจกรรมกับหน่วยงานอื่นหรือให้ใช้สถานที่จัดกิจกรรมจัดห้องสมุดเคลื่อนที่สัญจรและจัดการประกวด เช่น การอ่าน คำขวัญ สัญลักษณ์

3. ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้สื่อประชาสัมพันธ์รวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านกลุ่มเป้าหมาย รองลงมา คือ ด้านวัตถุประสงค์ ด้านลักษณะของสื่อ ด้านเนื้อหาข่าวสาร ด้านระยะเวลา และด้านงบประมาณ ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาปัจจัยแต่ละด้านเป็นรายข้อ ดังนี้

3.1 ด้านวัตถุประสงค์ เห็นว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้สื่ออยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ เพื่อแนะนำให้ผู้ใช้บริการทราบข้อมูลข่าวสารของห้องสมุด รองลงมา คือ เพื่อรับฟังหรือเปิดโอกาสให้มีการแสดงความคิดเห็นต่อห้องสมุด เพื่อสร้างความนิยม เลื่อมใสและศรัทธาต่อห้องสมุด และ

เพื่อรักษาชื่อเสียงที่ดีและแก้ไขชื่อเสียงที่ไม่ดีของห้องสมุด

3.2 ด้านกลุ่มเป้าหมาย เห็นว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้สื่ออยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ เพื่อให้ความรู้และความเข้าใจที่ถูกต้องกับผู้ใช้บริการ รองลงมา คือ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ใช้บริการ และเพื่อจัดกลุ่มของผู้ใช้บริการได้แก่ เพศ อายุและระดับการศึกษา

3.3 ด้านงบประมาณ เห็นว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้สื่ออยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ งบประมาณที่ใช้ในการจัดหาวัสดุอุปกรณ์สำหรับจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ รองลงมาคือ งบประมาณที่ใช้ในการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ งบประมาณที่ใช้ในการว่าจ้างหน่วยงานภายนอกจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ และงบประมาณที่ใช้ในการจัดหาหรือพัฒนาบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์

3.4 ด้านระยะเวลา เห็นว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้สื่ออยู่ในระดับมากทุกข้อเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ระยะเวลาที่ใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร รองลงมา คือ ระยะเวลาที่ใช้ในการจัดทำหรือผลิตสื่อแต่ละประเภท

3.5 ด้านเนื้อหาข่าวสาร เห็นว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้สื่ออยู่ในระดับมากทุกข้อ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ เนื้อหาของข่าวสารที่จะเผยแพร่มีความน่าสนใจ ถูกต้อง ชัดเจนและเชื่อถือได้ รองลงมา คือ ลักษณะหรือรูปแบบของข้อมูลข่าวสารที่จะเผยแพร่เป็นข้อความ ภาพ หรือ ทั้งข้อความและภาพประกอบ และปริมาณหรือจำนวนของข้อมูลข่าวสารที่จะเผยแพร่มีขนาดสั้นหรือยาว

3.6 ด้านลักษณะของสื่อ เห็นว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้สื่ออยู่ในระดับมากทุกข้อ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ สื่อที่ใช้เผยแพร่มีความรวดเร็วทันต่อเวลาที่ต้องการเผยแพร่ รองลงมา คือ สื่อที่ใช้เผยแพร่มีความครอบคลุมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย สื่อที่ใช้เผยแพร่มีความสะดวกต่อการใช้งานของกลุ่มเป้าหมาย สื่อที่ใช้เผยแพร่ได้รับความนิยมจากกลุ่มเป้าหมายและสื่อที่ใช้เผยแพร่มีประสิทธิภาพและทันสมัย

4. ปัญหาและอุปสรรคในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุด

ปัญหาและอุปสรรคในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์โดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านบุคลากร รองลงมา คือ ด้านงบประมาณ ด้านการจัดการ และด้านวัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือตามลำดับ เมื่อพิจารณาปัญหาและอุปสรรคแต่ละด้านเป็นรายข้อ ดังนี้

4.1 ด้านบุคลากร มีปัญหาและอุปสรรคอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมีภาระงานอื่นทำให้ไม่มีเวลาปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ได้อย่างเต็มที่ รองลงมา คือ จำนวนผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมีไม่เพียงพอ ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมีความรู้ความเข้าใจในการประชาสัมพันธ์น้อย และผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดขาดความเชี่ยวชาญในการใช้สื่อ

4.2 ด้านงบประมาณ มีปัญหาและอุปสรรคอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ห้องสมุดไม่ได้จัดงบประมาณด้านการประชาสัมพันธ์ไว้อย่างชัดเจน รองลงมา คือ ห้องสมุดไม่มีการตั้งงบประมาณสำหรับการประชาสัมพันธ์ และห้องสมุดมีงบประมาณไม่เพียงพอ

4.3 ด้านวัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือมีปัญหาและอุปสรรคอยู่ในระดับปานกลางเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ไม่ดึงดูดความสนใจกลุ่มเป้าหมาย รองลงมา คือ สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดไม่มีความแปลกใหม่และสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ไม่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย วัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือไม่เพียงพอในการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ และสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ไม่เหมาะสม

4.4 ด้านการจัดการ มีปัญหาและอุปสรรคอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ห้องสมุดขาดการประชาสัมพันธ์ในเชิงรุก เช่น การแนะนำห้องสมุดไปยังหน่วยงานอื่นหรือจัดห้องสมุดสัญจรหรือการจัดเก็บฐานข้อมูลผู้ใช้บริการเพื่อการติดต่อหรือเสนอการให้บริการเชิงรุกเป็นต้น รองลงมา คือ ไม่มีการติดตามประเมินผลการใช้สื่อแต่ละประเภทและไม่มีการนำผลการประเมินการใช้สื่อประชาสัมพันธ์

ห้องสมุดไปปรับปรุงแก้ไข ห้องสมุดไม่มีการวางแผนการประชาสัมพันธ์ไว้ล่วงหน้า และไม่มีการศึกษาประเภทสื่อสำหรับการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดที่เหมาะสม

การอภิปรายผล

จากผลการวิจัยเรื่องการใช้สื่อของผู้ปฏิบัติงานเพื่อการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ ผู้วิจัยขออภิปรายผล ดังต่อไปนี้

1. การใช้สื่อของผู้ปฏิบัติงานเพื่อการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด

จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจุบันห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาของรัฐมีการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดโดยรวมทุกประเภทอยู่ในระดับปานกลาง สื่อที่มีการใช้สูงสุด ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ ประเภทป้ายประกาศ / ป้ายนิเทศ เนื่องจากเป็นสื่อที่จัดทำได้ง่าย สามารถออกแบบ ตัวอักษร สี ขนาด รูปภาพประกอบ ให้น่าสนใจ สะดวกต่อการอ่านและเข้าถึงได้ง่าย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ผกาบุษ ติปินตา (2537) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การประชาสัมพันธ์ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า วิธีการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดโดยใช้สื่อต่าง ๆ และสื่อที่ใช้มาก ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ กิรากร อภิสรารกุล (2550) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการยอมรับของนักศึกษามหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช พบว่า ประเภทและรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการยอมรับสื่อประชาสัมพันธ์ได้แก่สื่อประเภท สิ่งพิมพ์ และรองลงมา คือ สื่อบุคคล ได้แก่ การให้ข้อมูลข่าวสารกับผู้ใช้บริการด้วยการสนทนา เนื่องจากการสนทนาติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลมีความสะดวก รวดเร็ว ชัดเจน สามารถแลกเปลี่ยนและแสดงความคิดเห็นได้โดยตรง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิพร บุญวัฒน์ (2542) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง แนวโน้มการใช้สื่อและเทคโนโลยีเพื่อการประชาสัมพันธ์ของธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ.2542-2546 พบว่า แนวโน้มการใช้สื่อและเทคโนโลยีเพื่อการประชาสัมพันธ์ควรใช้สื่อบุคคล เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ ครัทธา เชื้อมัน และเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดี สอดคล้องกับงานวิจัยของ เรืองพจน์ ธารนาถ (2543) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง สถานภาพและความต้องการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของนักวิชาการเผยแพร่สังกัดกรมส่งเสริมการเกษตร พบว่า เลือกสื่อประเภทบุคลากรในหน่วยงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ รัชนิกร อินทรักษา (2545) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การใช้สื่อเพื่อประชาสัมพันธ์การดำเนินงานของส่วนราชการสังกัดกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม จังหวัดนครพนม พบว่า บุคลากรโดยรวมมีการใช้สื่อบุคคลอยู่ในระดับมาก และสื่อที่มีการใช้น้อยที่สุด ได้แก่ สื่อมวลชน เนื่องจากมีความยุ่งยากในการผลิต ค่าใช้จ่ายสูง มีเวลาจำกัดในการเสนอข่าวสาร ไม่คงทนถาวร ทำให้ต้องเผื่อเวลาออกอากาศ ซึ่งถ้าพลาดจะไม่ได้ชมอีก จึงไม่ได้นำมาใช้เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด ประกอบกับกลุ่มเป้าหมายหลักของห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาของรัฐคือนักศึกษาและอาจารย์ภายในสถาบันฯ อย่างไรก็ตามไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ O'Keefe, Claudia. (2005) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การเผยแพร่และการจัดนิทรรศการในห้องสมุด พบว่า การเผยแพร่และการจัดนิทรรศการภายในห้องสมุดจะต้องมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ในการรณรงค์ เพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมายหรือสมาชิกและสื่อที่เข้าถึงกลุ่มผู้เป้าหมายได้มากที่สุด คือ หนังสือพิมพ์

เมื่อพิจารณาสื่อเป็นรายข้อรวมทุกประเภท ผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า สื่อที่มีการใช้มากที่สุด ได้แก่ อินเทอร์เน็ต เพราะเป็นสื่อและเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับยุคสมัย สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ใช้บริการได้โดยตรงทุกที่ทุกเวลา ช่วยให้สามารถรับข่าวสารของห้องสมุดได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นัสฎมล มาเจริญ (2550) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัยของรัฐในประเทศไทย พบว่า แนวทางในการประชาสัมพันธ์สื่อสารที่ควรใช้ในการประชาสัมพันธ์ทั้งภายนอกและภายในของห้องสมุดสูงสุดคือเว็บไซต์ของห้องสมุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ นุชรี บุญศรีงาม (2550) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การรับรู้สารสนเทศจากสื่อหลายรูปแบบ

ของผู้ใช้บริการ สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม พบว่า ผู้ใช้บริการรับรู้สารสนเทศจากสื่ออินเทอร์เน็ต มากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ เสาวลักษณ์ บุญเจริญรักษา (2550) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การเปิดรับความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดของนักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์ พบว่า นักศึกษามีการเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ประเภทเว็บไซต์สูงสุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ Welch, J.M. (2005) ที่ได้ศึกษาสภาพและศักยภาพของการใช้โฮมเพจของห้องสมุดอุดมศึกษาในฐานะที่เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์บนเว็บไซต์ของห้องสมุด พบว่า ห้องสมุดส่วนใหญ่มีการเชื่อมโยงไปยังข่าวสารและข้อมูลของห้องสมุดทางด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์บนเว็บไซต์ มีผลให้ห้องสมุดได้รับการสนับสนุน มีสมาชิกและการบริจาคทรัพยากรเพิ่มมากขึ้น และสื่อที่มีการใช้น้อยที่สุด คือ โทรทัศน์ เนื่องจากมีความยุ่งยากในการผลิต ค่าใช้จ่ายสูง มีเวลาจำกัดในการเสนอข่าวสาร ไม่คงทนถาวร ทำให้ต้องเผื่อเวลาออกอากาศ ซึ่งถ้าพลาดจะไม่ได้ชมอีก จึงไม่ได้นำมาใช้เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด

2. ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของผู้ปฏิบัติงานห้องสมุด

จากผลการวิจัยครั้งนี้ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้สื่อสูงสุด ได้แก่ ด้านกลุ่มเป้าหมาย รองลงมา คือ ด้านวัตถุประสงค์ ด้านลักษณะของสื่อ ด้านเนื้อหาข่าวสาร ด้านระยะเวลา และปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้สื่ออื่น ๆ ที่สุด ได้แก่ ด้านงบประมาณ

เมื่อพิจารณาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้สื่อประชาสัมพันธ์เป็นรายข้อรวมทุกด้านผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้สื่อสูงสุด ได้แก่ เพื่อให้ความรู้และความเข้าใจที่ถูกต้องกับผู้ให้บริการ รองลงมาคือ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ให้บริการ ซึ่งปัจจัยสำคัญในการเลือกสื่อขึ้นอยู่กับกลุ่มเป้าหมาย ต้องเลือกใช้ให้ครอบคลุม เข้าถึง โน้มน้าวให้เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมรับสารและเห็นคล้อยตามได้ กลุ่มเป้าหมายจึงเป็นจุดเด่นที่ต้องดูคุณสมบัติ วางสื่อให้เหมาะสมและพร้อมที่จะเปลี่ยนแปลงปรับปรุงให้สอดคล้องกับสถานการณ์ตลอดเวลา การเลือกสื่อที่สร้างสรรค์และการใช้สื่อใหม่ๆ ในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของห้องสมุด สามารถช่วยให้เข้าถึงผู้ใช้ใหม่ๆ เป็นการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ของห้องสมุดและยกระดับการประชาสัมพันธ์ การพิจารณาเลือกใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์ควรเลือกใช้สื่อที่แพร่กระจายได้รวดเร็ว ทันตามความต้องการ ในกรณีที่มีระยะเวลาในการประชาสัมพันธ์สั้นๆ ควรเลือกใช้สื่อที่สามารถกระจายข้อมูลได้กว้างขวาง รวดเร็ว ทันต่อเวลาและเหตุการณ์ และปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้สื่ออื่น ๆ ที่สุด ได้แก่ งบประมาณที่ใช้ในการจัดหาหรือพัฒนาบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์

3. ปัญหาและอุปสรรคในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ของผู้ปฏิบัติงานห้องสมุด

จากผลการวิจัยครั้งนี้ พบว่า ปัญหาและอุปสรรคโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านบุคลากร รองลงมา คือ ด้านงบประมาณ ด้านการจัดการ ด้านวัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือตามลำดับ

เมื่อพิจารณาปัญหาและอุปสรรคในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์เป็นรายข้อรวมทุกด้าน พบว่า ข้อที่มีปัญหาและอุปสรรคสูงสุดด้านบุคลากร ได้แก่ ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมีภาระงานอื่นทำให้ไม่มีเวลาปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ได้อย่างเต็มที่ ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดส่วนใหญ่เป็นบรรณารักษ์ที่มีประสบการณ์ด้านงานบริการห้องสมุด มีประสบการณ์ด้านงานประชาสัมพันธ์น้อย และห้องสมุดส่วนใหญ่ไม่มีนักประชาสัมพันธ์รับผิดชอบโดยตรง สอดคล้องกับงานวิจัยของ นัสฎมล มาเจริญ (2550) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัยของรัฐในประเทศไทย พบว่า สภาพการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัยส่วนใหญ่ไม่มีฝ่าย/แผนก/งานประชาสัมพันธ์โดยเฉพาะแต่มอบหมายให้แต่งตั้งคณะทำงาน โดยมีตัวแทนจากทุกฝ่ายร่วมมือกันรับผิดชอบ ปัญหาและอุปสรรคน้อยที่สุด ได้แก่ ห้องสมุดมีงบประมาณไม่เพียงพอ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ นัสฎมล มาเจริญ (2550) ได้ศึกษาการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัยของรัฐในประเทศไทย พบว่า งบประมาณที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดส่วนใหญ่ของอนุมัติเป็นครั้งคราว และไม่มีงบประมาณที่จัดสรรโดยเฉพาะ และงานวิจัยของ Marshall, N. J. (2001) ได้ศึกษาการประชาสัมพันธ์ของห้องสมุดมหาวิทยาลัยในสหรัฐอเมริกา พบว่าการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ไม่มีงบประมาณ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1.1 ควรพัฒนารูปแบบของสื่อสิ่งพิมพ์ให้มีความน่าสนใจมากขึ้น เนื่องจากเป็นสื่อที่ยังคงมีการใช้มากในปัจจุบัน และพิจารณาใช้สื่อที่ทันสมัยด้วย ได้แก่ เว็บไซต์ห้องสมุดอินเทอร์เน็ต เพราะเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่ใช้ได้ผลดีและมีประสิทธิภาพในปัจจุบันและอนาคต สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ใช้บริการได้อย่างสะดวก กว้างขวาง รวดเร็ว ทุกที่ ทุกเวลา หรือใช้สื่อที่หลากหลายและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายแต่ละประเภท จะทำให้การประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประสบความสำเร็จมากขึ้น และสื่อบุคคลประเภทการสนทนา พบปะ พูดคุย เป็นสื่อที่สามารถทำได้ตลอดเวลาและไม่มีค่าใช้จ่ายใด ๆ

1.2 ควรศึกษาพฤติกรรมการรับรู้สื่อของกลุ่มเป้าหมายหลัก การสนทนา พบปะ พูดคุย สามารถทำได้ตลอดเวลาและไม่มีค่าใช้จ่ายใด ๆ เพื่อจะได้นำข้อมูลมาพิจารณาเลือกใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมกับแต่ละกลุ่ม เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้การประชาสัมพันธ์ประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้น

1.3 ควรจัดตั้งส่วนงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดหรือมอบหมายให้มีผู้รับผิดชอบโดยตรง เนื่องจากบุคลากรที่ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมีภาระงานอื่นที่ต้องรับผิดชอบด้วยส่วนมากเป็นบรรณารักษ์งานบริการ ทำให้ไม่สามารถปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ได้อย่างเต็มที่และทันต่อเวลา ควรส่งเสริมให้มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องในการใช้สื่อเพื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด เปิดโอกาสให้ไปศึกษาดูงานหรือเข้ารับการฝึกอบรมเพื่อนำความรู้ใหม่ๆ มาพัฒนาแนวทางการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาการประเมินผลสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภทที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด

2.2 ควรศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อสื่อแต่ละประเภทที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด

2.3 ควรศึกษารูปแบบและแนวทางการสร้างเอกลักษณ์เฉพาะของห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ

บรรณานุกรม

- กิริการ อภิสรการกุล. (2550). สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการยอมรับของนักศึกษามหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ชาริณี สุวรรณภักดิ์. (2542). การเขียนบทโทรทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด = TV script writing for public relations in libraries. *บรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์ มข.* 17(3), 45-56.
- นัสถุมล มาเจริญ. (2550). การประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัยของรัฐในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา.
- นุชรี บุญศรีงาม. (2550). การรับรู้สารสนเทศจากสื่อหลายรูปแบบของผู้ใช้บริการ สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- บานชื่น ทองพันชั่ง. (2534). การใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด. *วารสารห้องสมุด.* 35(1), 22-32.
- ผกานุช ดีปิ่นตา. (2537). การประชาสัมพันธ์ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาในภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มหาสารคาม.
- รัชนิกร อินทรักษา. (2545). การใช้สื่อเพื่อประชาสัมพันธ์การดำเนินงานของส่วนราชการสังกัดกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดนครพนม. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

เรืองพจน์ ธารานาถ. (2543). สถานภาพและความต้องการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของนักวิชาการ เผยแพร่สังกัดกรมส่งเสริมการเกษตร. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

วิพร บุญวัฒน์. (2542). แนวโน้มการใช้สื่อและเทคโนโลยีเพื่อการประชาสัมพันธ์ ของธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ.2542-2546. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.

เสาวลักษณ์ บุญเจริญรักษา. (2550). การเปิดรับความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดของนักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Marshall, N. J. (2001). Public relations in academic libraries : a descriptive analysis. *The Journal of Academic Librarianship.* 27(2), 116-121.

O'Keefe, C. (2005). Publicity 101 : How to promote your library's next event. *American Libraries.* 36(6), 52-55.

Welch, J. M. (2005). The Electronic welcome mat: the academic library web site as a marketing and public relations tool. *The Journal of Academic Librarianship.* 31(3), 225-228.